

KRIEVIJAS MASU MEDIJI LATVIJĀ

RUSSIAN MASS MEDIA IN LATVIA

Dr. phil., **Ainārs Dimants**
Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

The characteristics of the public or audience for Russian mass media in Latvia is dependent on the ethnic demographics of the Latvian population, their territorial location and national affiliation, their knowledge of Russian, their media consumption needs, and their degree of trust in the Russian media. Unlike Estonia, Latvia lacks a more differentiated social sciences study on the media consumption habits of Russian speakers and their trust in the media. TNS Latvia's regular surveys of internet use certainly are not representative when it comes to the Russian-language audience, as it encompasses only sites in Latvia. However, available data allow us to draw conclusions about the Russian media's considerable effect on the forming of public opinion in this demographic of Latvian society. Teams of researchers – including some from Russia – have concluded that the Russian Diaspora in the Baltic States has an irreplaceable role in the implementation of Russia's interests in the Baltic States. This paper analyzes the negative role of Russian media for the establishing of common national identity of democratic Latvian nation and gives also suitable media policy recommendations.

Keywords: media effects, transparency of media ownership, media legislation, media policy, media content, media structures, national identity

Atslēgas vārdi: mediju iedarbība, mediju īpašumu caurskatāmība, mediju likumdošana, mediju politika, mediju saturs, mediju struktūras, nacionālā identitāte

1. Publika un mediju iedarbība

Acīmredzami, ka Krievijas masu mediju publiku jeb auditoriju raksturlielumi Latvijā ir atkarīgi galvenokārt no Latvijas iedzīvotāju etniski demogrāfiskā sastāva, to teritoriālā izvietojuma un valstiskās piederības, viņu krievu valodas zināšanām, kā arī mediju patēriņa vajadzībām un uzticēšanās pakāpes Krievijas medijiem. Šajā rakstā aplūkosim galvenokārt to publikas daļu, kuras dzimtā valoda ir krievu valoda.

Kaut gan kopš 1989. gada krievu tautības iedzīvotāju skaits ir samazinājies visos Latvijas apgabalos jeb reģionos (Bērziņš, 2006, 139), 27,79% no valsts iedzīvotājiem 2009. gada 1. janvārī bija etniskie krievi¹. Viens no Latvijas iedzīvotāju etniskā sastāva izaicinājumiem, kas radies galvenokārt padomju rusifikācijas politikas rezultātā, ir arī zems etnisko latviešu īpatsvars lielākajās pilsētās (Bērziņš, 2006, 134,

¹ Pilonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra dati
http://www.pmlp.gov.lv/iv/statistika/dokuments/ISVN_Latvija_pcc_TTB_VPD.pdf (06.09.2009.).

139), viņiem paliekot absolūtā mazākumā Rīgā un Latgales lielpilsētās Daugavpilī un Rēzeknē, lai gan galvaspilsētā beidzot atkal kļūstot par relatīvi lielāko etnisko grupu².

Etniskie krievi, tāpat kā krievu valodas zināšanas, ir vairāk izplatītas valsts dienvidaustrumos (Orcier/Orsjē, 2005, 72)³. Turpretī bijušās Padomju Savienības pilsoņu, kuri pastāvīgi dzīvo Latvijā un nav izmantojuši tiesības iegūt Latvijas pilsonību (t. s. nepilsoņu), īpatsvars lielāks ir Rīgā⁴. Saprotams, ka šīs publikas daļas integrācijas pakāpe Latvijas sabiedrībā ir relatīvi mazāka un attiecīgi identitātes meklējumi Krievijas virzienā – lielāki.

Kopumā 357 811 nepilsoņu vidū etniskie krievi 2009. gada 1. janvārī bija absolūtais vairākums, taču vienlaikus krievu tautības iedzīvotāju kopskaitā absolūtais vairākums ir Latvijas pilsoņi⁵. Turklāt etnisko krievu vidū tikai 30 328 ir Krievijas pilsoņi⁶, kas ir divkārt mazāk nekā Igaunijā (Kaun, 2008, 12).

2000. gada tautas skaitīšanā krievu valodu kā dzimto norādīja 36% iedzīvotāju (Bērziņš, 2008, 144) un joprojām Latvijā mazliet vairāk iedzīvotāju prot krieviski, nekā latviski – tādu ir par diviem procentiem vairāk jeb 81% no visiem valsts iedzīvotājiem⁷.

Runājot par Krievijas mediju iedarbību, izšķiroša ir to patēriņa jeb lietojuma vienādība, respektīvi – jo vairāk un, galvenais, bez alternatīvas izvēles tiek patērēti šie mediji, jo lielāka ir to iedarbība (Noelle-Neumann, 1999, 545⁸). No šī viedokļa, zinot, ka visas Krievijas televīzijas atrodas oficiālā autoritārā režīma kontrolē, izceļas lielais televīzijas un it īpaši Krievijas televīzijas kanālu skatīšanās īpatsvars tieši krievvalodīgo iedzīvotāju vidū Latvijā. Viņi ne tikai vairāk nekā etniskie latvieši skatās televīziju un mazāk patērē drukātos medijus, it īpaši dienas avīzes (vairāk lasa nedēļas avīzes)⁹, turklāt salīdzinoši mazāk uzticas tām¹⁰, bet arī televīzijas patēriņā dominē¹¹ Krievijas televīziju piedāvājums, visvairāk – *Pirmais Baltijas kanāls* (*Pervyj*

² Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra dati

http://www.pmlp.lv/lv/statistika/dokuments/ISPN_Pasvaldibas_pec_TTB.pdf (06.09.2009.).

³ Aptaujā Latgales apgabalā piederību krievu valodai kā savu lingvistisko identitāti uzrādījuši 29,3% (Lazdiņa, 2009).

⁴ Sal. Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra datus

http://www.pmlp.lv/lv/documents/statistika/ISPP_Pasvaldibas_pec_VPD.pdf (06.09.2009.).

⁵ Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra dati

http://www.pmlp.gov.lv/lv/statistika/dokuments/ISVN_Latvija_pec_TTB_VPD.pdf (06.09.2009.). Jāņem vērā, ka lingvistiskā identitāte ir Latvijas krievu mazākumtautības apziņas galvenā sastāvdaļa un krievvalodīgie mediji apmierina arī to daudzo nekrievu etnisko jutīgumu, kuri uzskata krievu valodu par savu dzimto valodu (Brikše, Zelče, 2008, 92).

⁶ Sal. Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra datus

http://www.pmlp.lv/lv/statistika/dokuments/ISVP_Latvija_pec_VPD.pdf (06.09.2009.).

⁷ Valsts valodas komisijas dati <http://www.vvk.lv/index.php?sadala=129&id=433> (06.09.2009.).

⁸ “Je mehr aber die selektive Wahrnehmung von den Medien oder Mediensystemen behindert wird, desto größer kann die Medienwirkung sein. ... hat das Publikum keine Wahl: Es muß sich den angebotenen Informationen aussetzen, wenn es die Augen gar nicht verschließen will. Es ist unter diesen Umständen äußerst beeinflussbar.”

⁹ Izņēmums ir vienīgi Rīgas bezmaksas avīze *5 min.* Tā Biznesa augstskolas *Turība* Komunikācijas zinātņu katedras pētījumā *Latvijas krievvalodīgo masu mediju tirgus un auditorija* (Latvijas Zinātnes padomes grants Nr. 07.2087), 2008. gada maijā aptaujājot 2596 Latvijas iedzīvotājus, no kuriem ģimenē krievu vai latviešu un krievu valodās runā 22,8%, atklājās, ka avīzes nelasa 12,3% un reti lasa 26% šo ģimeņu, kamēr ģimenēs, kurās runā tikai latviešu valodā – attiecīgi 7,8% un 22,6%. Sal. arī Vihalemm, 2002, 283; Simonjan, 2005, 371–372; Latvijas reklāmas gadagrāmata 2009/10, 18–19.

¹⁰ Tā, piem., 2004. gadā avīzēm uzticējās 66,9% latviešu un tikai 46,9% krievu (Šulmane, 2006, 73).

¹¹ Sal., piem., mediju, tirgus un sociālo pētījumu firmas *TNS Latvia* datus

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2995> (06.09.2009.);

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2898> (06.09.2009.); Simonjan, 2005, 413–414.

Baltijskij kanal – PBK) ar 10,7% TV skatīšanās daļu 2007. gadā (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008, 65)¹². Aptauju dati spilgti parāda, ka etniskie latvieši pārsvarā skatās Latvijas televīzijas kanālus, bet krievi Latvijā – pārsvarā Krievijas telekanālus, lai gan notiek izmaiņas par labu Latvijas privātajām televīzijas sabiedrībām. Latviešu vidū galvenokārt vai biežāk Latvijas kanālus skatās 81%, krievu vidū – 19%, un apgriezti attiecībā uz Krievijas telekanāliem – latviešu vidū galvenokārt vai biežāk Krievijas kanālus skatās 16%, krievu vidū – 76%. Raksturīgi, ka latviešu jauniešu vidū ir mazāk to, kas vēro tikai vai biežāk Latvijas telekanālus – 79% (vecuma grupā 61–75 gadi – 90%), bet krievu jauniešu vidū tieši otrādi, salīdzinot ar citām grupām, ir vairāk to, kas skatās Krievijas televīzijas kanālus: krievi vecumā 15–30 gadi – 86%, bet vecumā 61–75 gadi – 61%. (Baltijas Sociālo zinātņu institūts 2006, 86) Eiropas Komisijas pasūtītās regulārās *Eurobarometer* u. c. aptaujas Latvijā parāda uzticēšanās kritumu preseī, savukārt uzticēšanās televīzijai pastāvīgi ir lielāka – piem., 2004. gadā attiecīgi 56,9% uzticējās avīzēm un 72,4% televīzijai¹³, savukārt 2008. gadā jau tikai 48% uzticējās preseī, bet 66% – televīzijai (Brikše, Zelče, 2008, 108).

Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra *SKDS* 2007. gada vasarā veiktā aptauja par populārākajiem televīzijas kanāliem Latvijā nepārprotami parādīja, ka tie iedzīvotāji, kuri saziņai ģimenē lieto krievu valodu, priekšroku dod Krievijas kanāliem. Pirmie trīs populārākie telekanāli minētajā auditorijā bija *PBK*, *RTR Planeta* un *NTV Mir* (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008, 64). Šajā *SKDS* aptaujā, kas tika veikta Austrumeiropas politikas pētījumu centra pētījuma ietvaros, tika uzdots arī jautājums “Kuriem no televīzijas kanāliem Jūs uzticaties – uzskatāt, ka tajos pārraidītā informācija ir objektīva?”. 36,1% no respondentiem ar krievu sarunvalodu ģimenē norādīja *PBK*, 14,6% – *RTR Planeta*, 8,9% – *LTV* (sabiedriskā raidorganizācija Latvijas Televīzija). (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008, 64–65) No minētā redzams, ka Krievijas televīzijas kanāli ir ne tikai populāri, bet to ziņu un analītisko raidījumu paustajām idejām uzticas liela daļa krieviski runājošo Latvijā.

Lai gan atšķirībā no Igaunijas Latvijā trūkst diferencētāku sociālzinātnisku pētījumu par krievvalodīgo iedzīvotāju mediju patēriņa paradumiem un viņu uzticēšanos medijiem (par Krievijas interneta mediju lietojumu, tāpat kā Igaunijā, reprezentatīvu datu nav vispār), pieejamie dati ļauj izdarīt secinājumus par visai ievērojamu Krievijas mediju iedarbību uz sabiedriskās domas veidošanos šajā Latvijas sabiedrības daļā. Vienlaikus vērojama tendence, ka nacionāla (valsts) mēroga dienas avīzēm, sieviešu žurnāliem un dzeltenajai preseī latviešu valodā pamazām palielinās citas tautības lasītāju īpatsvars (Latvijas reklāmas gadagrāmata, 2009, 18, 20).

¹² 2009. gadā – 11,2%. <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&tid=3060> (27.01.2010.).

¹³ Sal. http://ec.europa.eu/latvija/news/public_opinion/index_lv.htm (06.09.2009.); Šulmane, 2006, 73.

2. Mediju struktūras

Visai pamatoti ir izskanējis apgalvojums, ka Rīgas pašvaldības vēlēšanās 2009. gada 6. jūnijā, līdzīgi kā pirms 9. Saeimas vēlēšanām 2006. gada 7. oktobrī, koordinēti un neslēpti izmantojot t.s. slēpto reklāmu par labu apvienībai *Saskaņas centrs*¹⁴, ir uzvarējusi telesabiedrība (Mihailovs, 2009) *Pirmais Baltijas kanāls*¹⁵, kas no Rīgas darbojas kopš 2002. gada 4. septembra uz visām Baltijas valstīm, formāli kā satelītelevīzija, izmantojot Eiropas Savienības kopējā tirgus priekšrocības, un pamatā balstās uz Krievijas valsts televīzijas – *Pirmā kanāla (Pervyj kanal)*¹⁶ – raidījumiem¹⁷. Savukārt Krievijas *Pirmais kanāls* – padomju Centrālās televīzijas pēctecis – visnotaļ iekļaujas Kremļa kontrolēto mediju lokā¹⁸. *PBK* ietilpst Latvijā bāzētā holdingā *Baltic Media Alliance*¹⁹, kura pirmsākums ir 1995. gadā, kad neilgi pirms Krievijas valsts televīzijas *ORT (Pirmā kanāla tiešās priekšteces)* translācijas pārtraukšanas Latvijas ēterā (1996. gadā²⁰) akciju sabiedrība *TEM ART GROUP* sāka izvietot Latvijas reklāmu šīs kaimiņvalsts televīzijas reklāmas blokos, tādējādi kropļojot Latvijas mediju reklāmas tirgu. 1998. gadā *TEM ART GROUP* noslēdza līgumu par kanāla *ORT* retranslācijas tiesībām Latvijā, savukārt gadu vēlāk *SIA TEM TV* kā oficiālais *ORT* pārstāvis Baltijas valstīs paplašināja *ORT* kanāla retranslācijas zonu, noslēdzot licences līgumus ar lielākajiem kabeļu televīzijas operatoriem visās trijās Baltijas valstīs.²¹

Baltic Media Alliance televīzijas kanālu formātu raksturojums: *PBK* ir vispārēja rakstura ģimenes kanāls, *REN TV Baltic* – izklaides kanāls pilsētu iedzīvotājiem, savukārt *Pirmais Baltijas mūzikas kanāls (1BM)* ir atraktīvs jaunatnes kanāls (Brikše, Zelče, 2008, 98).

¹⁴ Tieši 9. Saeimas vēlēšanās pārliecinoši parādījās, ka izšķiroša nozīme krievvalodīgo iedzīvotāju balsu mobilizēšanā ir tieši viņu vidū skatītākajam TV kanālam *PBK*, nevis avīzēm krievu valodā – dienas avīzes *Vesti segodnja* un nedēļas laikraksta *Vesti* izdevēja, izdevniecības nama *Fenster* (kura kapitāli bija iekļātī toreiz politiski ietekmīgajā *Parex banka*) valdes priekšsēdētāja Andreja Kozlova un dienas avīzes *Čas* galvenās redaktores Ksenijas Zagorovskas kandidēšana apvienības *Par cilvēka tiesībām vienotā Latvijā* kandidātu sarakstā toreiz nepalīdzēja uzvarēt šai apvienībai. Nav brīnums, ka Rīgas domē Andrejs Kozlovs tika ievēlēts jau no *Saskaņas centru* un arī avīze *Čas* pirms šīm vēlēšanām pārorientējās uz atbalstu uzvarētājiem – *Saskaņas centram* un *Latvijas ceļam* / Latvijas Pirmajai partijai. Sal., piem.: Novicka, 2009; Šulmane, 2006, 66, 69; Nagla, Kehre, 2005, 259.

¹⁵ Sal. [http://www.1tv.lv/1tv.nsf/\(main1\)?openagent](http://www.1tv.lv/1tv.nsf/(main1)?openagent) (09.09.2009.).

¹⁶ Sal. <http://www.1tvrus.com/> (09.09.2009.).

¹⁷ <http://www.1bma.lv/?coll=484&mod=3&id=538&nid=539> (09.09.2009.);

<http://209.85.129.132/search?q=cache:N7p9OO7Wh4wJ:arhivs.db.lv/online/news.php%3Faid%3D10240+pirmais+baltijas+kan%C4%81s+online&cd=6&hl=lv&ct=clnk&gl=lv> (09.09.2009.).

¹⁸ Sal., piem.: Simons, 2008; Simons, 2007; Goble, Paul, (2006) *Window on Eurasia: TV Promoting Massification, Not Modernization in Russia* (25.04.2006.). Krievijas valsts ziņu aģentūras *RIA Novosti* aptauja 2008. gadā atklāja, ka Krievijas medijiem neuzticās 55% šīs aģentūras lasītāju. Aptauja: Krievijas medijiem neuzticās 55% lasītāju. Nozare.lv (01.09.2008.).

¹⁹ <http://www.1bma.lv/> (09.09.2009.).

²⁰ http://209.85.135.132/search?q=cache:15SMQhOR5ssj:www.lvrct.lv/normativie/akts.php%3Fid%3D5%26nid%3D9+Krievijas+sabiedrisk%C4%81s+telev%C4%ABzijas+retransl%C4%81cijas+p%C4%81trauk%C5%A1ana&cd=7&hl=lv&ct=clnk&gl=lv&lr=lang_lv (09.09.2009.).

²¹ <http://www.1bma.lv/?coll=478&mod=2&id=483> (09.09.2009.). Holdings *Baltic Media Alliance* dibināts 2007. gadā, bet Latvijā strādā kopš 1995.gada. Īpašnieki: Oļegs Solodovs (50%) un Aleksejs Pļasunovs (50%). Ietilpst: astoņi TV kanāli krievu valodā (*Pirmais Baltijas kanāls*, *1. Baltijas mūzikas kanāls*, *REN-TV Baltija*, *TVC International*, *Kino nams*, *Muzjka*, *Laiks*, *Teleauklē*), divi nedēļas laikraksti krievu valodā sadarbībā ar Maskavas populārā laikraksta *Moskenskij komsomolec (MK)* izdevējiem (*MK Latvija*, *MK Estonija*), reklāmas pārdošanas kompānija *Baltijas Mediju reklāma*, kino nomas un koncertu organizācijas kompānija *First Pictures*, TV kanālu pārdošanas kompānija *TEM TV*, portāli *4more.lv* un *Torgi.lv*. 2008. gada apgrozījums: 12 miljoni latu (+5% pret 2007. gadu). (Procevska, 2009)

Pieprasītākie kabeļtelevīzijas kanāli Latvijā raida krieviski: visas kabeļtelevīzijas sistēmas piedāvā lielākos Krievijas telekanālus – RTR *Planeta*, REN TV *Baltic*, NTV *Mir*, NTV *Sport* un NTV *Baltic*, paplašinātās paketēs populāri ir arī citi, to vidū *Mūsu kino* (*Naše kino*, kas rāda padomju filmas krievu valodā), *Eurosport* krievu versija, *Muž TV* (Brikše, Zelče, 2008, 100–101).

Jānorāda, ka jaunievēlētais Rīgas domes priekšsēdētājs no *Saskaņas centra* Nils Ušakovs pirms stāšanās šīs četru partiju apvienības priekšsēdētāja amatā bija ne tikai Krievijas oficiālās ziņu aģentūras *ITAR-TASS* Latvijas pārstāvniecības, bet arī *PBK* ziņu dienesta vadītājs (Lemešonoks, 2009). 8. Saeimas deputāts, ministriju parlamentārais sekretārs un tagad galvaspilsētas mājokļu un vides komitejas vadītājs Vjačeslavs Stepaņenko (apvienība *Latvijas ceļš* / Latvijas Pirmā partija) bijis ne vien *TEM TV*, bet arī augstāk minētās *SIA Baltic Media Alliance* jurists²², tāpat kā domes deputāts Vadīms Baraņņiks (*Saskaņas centrs*) ir vadījis *PBK* Juridisko nodaļu un bijis arī *Baltic Media Alliance* jurists²³. Par *PBK* juristu strādājis raidorganizācijas uzraugošās Nacionālās radio un televīzijas padomes loceklis Sergejs Kārtītis, kurš uzrauga Latvijas sabiedrisko televīziju un kuru, tāpat kā padomes priekšsēdētāju Ābramu Kleckinu (viņš sekmēja kritiskās franču dokumentālās filmas *Putina sistēma* izņemšanu no Latvijas Televīzijas programmas 2007. gada 8. decembrī), šim amatam izvirzīja *Saskaņas centrs* (Beitika, 2009).

Raksturīgi, ka pirmajā oficiālajā vizītē uz Maskavu N. Ušakovu pavadošo deputātu vidū bija tieši deputāti Andrejs Kozlovs (izdevniecības nama *Fenster* valdes priekšsēdētājs)²⁴ un minētais V. Baraņņiks, kā arī vizītes laikā jaunais Rīgas pilsētas galva viesojās oficiālajā ziņu aģentūrā *ITAR-TASS*²⁵. Tāpat delegācijā bija arī izdevniecības nama *Petits*, *Radio Baltkom* un Krievijas mediju notikuma – jauno izpildītāju konkursa *Jaunais vilnis* (*Novaja volna*) – organizācijas komitejas pārstāvji, kurus vieno cieša sadarbība ar Krievijas medijiem un līdzdalība ne vien *Jaunā vilņa* organizēšanā, bet arī ar *Saskaņas centru* saistītās domnīcas jeb domu krātuves (*think-tank*) *Baltijas forums* darbībā (Jemberga, 2009; Novicka, 2009; Paiders, 2009).

Kā struktūru koordinācijas un konsolidācijas piemērs tikusi vērtēta arī plānotā Rīgas krievvalodīgo dienas avīžu *Čas* un *Telegraf* apvienošanās, kas tomēr nenotika²⁶.

Līdzās holdingam *Baltic Media Alliance* un izdevniecības namam *Fenster* trešais nozīmīgais spēlētājs krievu valodas mediju tirgū Latvijā ir izdevniecības nams

²² http://www.saeima.lv/saeima8/dep_kart_8.mand_nol_100?pk2=30298822029 (09.09.2009.);

<http://www.cvk.lv/pv09/sar/pv2009.PASV2009.kandidnr=24263132766> (09.09.2009.).

²³ <http://www.cvk.lv/pv09/sar/pv2009.PASV2009.kandidnr=75381638160> (09.09.2009.).

²⁴ Komunikācijas zinātnes pētījumos noskaidrots, ka viņš kā izdevējs spēcīgi ietekmē Latvijas lielākos krievvalodīgās dienas avīzes *Vesti segodnja* redakcionālo līniju. Arī kopumā šāda spēcīga īpašnieku ietekme Latvijā vairāk raksturīga krievvalodīgajām nekā latviešu valodā izdotajām avīzēm. Turklāt, pastāvot necaurskatāmai mediju īpašnieku struktūrai, ko veicina Latvijas mediju likumdošana, neprasot atklāt patiesos labuma guvējus līdz fizisko personu līmenim, paveras lielākas iespējas izmantot medijus kā instrumentus šauru politisko mērķu sasniegšanai. Tāds pats atklātuma trūkums attiecas arī uz Krievijas valsts budžeta dotācijām masu medijiem Latvijā. Sk., piem.: Šulmane 2006, 65, 69; *Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia 2008*, 41; Dimants, 2006; Nagla, Kehre, 2005, 251–265.

²⁵ Sal., piem.: http://209.85.135.132/search?q=cache:S5dDaL.N5qyAJ:www2.la.lv/lat/latvijas_avize/la_pielikumi/latvijas.zinas/%3Fdoc%3D62367+Andrejs+Kozlovs+uz+Maskavu+LA&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv (09.09.2009.).

²⁶ Lence, Sandra (2008) Krievvalodīgo mediju vidū – jauni spēlētāji. Nozare.lv (27.06.2008.) (30.06.2008.); Novicka 2009.

*Petits*²⁷ – lielākais Latvijas drukāto mediju koncerns pēc drukātās tirāžas un auditorijas lieluma, lai gan ievērojamāko tās daļu veido reklāmas un sludinājumu, kā arī televīzijas programmu izdevumi galvenokārt krievu valodā²⁸, kurš turklāt uzskata sevi par “Latvijas krievvalodīgās diasporas kultūras, sabiedriskās un profesionālās dzīves centru”, piedaloties arī Pasaules krievu preses asociācijā²⁹. Koncerna sākums ir bijušās komjaunatnes avīzes *Sovetskaja molodež* bezmaksas sludinājumu avīze *SM reklama*, ko 1991. gadā privatizēja tās līdzstrādnieks Aleksejs Šeiņins, kurš kopā ar Krievijas pilsoni Andreju Vasiļjevu, Maskavas avīzes *Kommersant* galveno redaktoru (kopš 2007. gada 13. decembra līdz 2009. gada 16. jūlijam bija *Petita* valdes loceklis³⁰), ir noteicošais SIA *Izdevniecības nams Petits* īpašnieks³¹. Uzkrītoši, ka A. Šeiņins sākotnēji piekrita, taču galu galā vienīgais atteicās piedalīties pētījumā par Latvijas krievvalodīgo avīžu izdevēju un galveno redaktoru motivāciju savu avīžu veidošanā un publicēšanā, vairākkārt telefoniski paužot šo nevēlēšanos (Čikule, 2007, 3).

Nacionālā (valsts) mēroga krievvalodīgo drukāto mediju struktūru parāda TOP 10 saraksts par lasītākajiem Latvijas preses izdevumiem mērķa grupā “cita tautība” pēc viena numura vidējās auditorijas (iekavās norādīti izdevēji, jo tieši tie izraisa vislielāko interesi saistībā ar aplūkojamo tēmu):

- 1) Televīzijas programmu nedēļas avīze *Televīzionnaja programma (Fenster)*;
- 2) Televīzijas programmu nedēļas avīze *Teleprogramma s djaddej Mišej (Petits)*;
- 3) Populāra nedēļas avīze *Subbota (Petits)*;
- 4) Populāra nedēļas avīze *MK Latvija (Baltic Media Alliance)*;
- 5) Dienas avīze *Vesti segodnja (Fenster)*;
- 6) Nedēļas avīze *Vesti (Fenster)*;
- 7) Populāra nedēļas avīze *7 sekretov (Fenster)*;
- 8) Bezmaksas reklāmas nedēļas avīze *Rīgas Santīms (Petits)*;
- 9) Dienas avīze *Čas (Petits)*;
- 10) Sieviešu nedēļas žurnāls *Ljublju (Petits)*.³²

Jāuzsver, ka, no vienas puses, šajās vadošajās pozīcijās nav neviena laikraksta, kas pārstāvētu t.s. kvalitātes presi, līdz ar to ir pamats runāt par Latvijas krievvalodīgās preses marginalizācijas tendencēm. Zīmīgi, ka informatīvajam vietējam Rīgas bezmaksas laikrakstam *5 min*, ko ar identisku saturu latviski un krieviski laiž klajā akciju sabiedrība *Diena*, ir visvairāk “citas tautības” lasītāju starp visiem dienas avīžu patērētājiem Rīgā³³. Turklāt, no otras puses, Krievijas izdevumu pārdošanas apjoms Latvijā nav liels, nepārsniedzot ceturto daļu no Latvijā izdotās krievvalodīgās preses

²⁷ <http://www.petits.lv/> (09.09.2009.).

²⁸ Taču arī populārais nedēļas laikraksts *Subbota*, dienas avīze *Čas*, sieviešu nedēļas žurnāls *Ljublju* un vairāki t.s. interneta projekti: www.gazeta.lv, www.Reklama.lv, www.Jaunbuves.lv, www.BestRealty.lv, www.Chas-daily.com, www.Lublu.lv, www.Subbota.com, www.Petits.lv, www.lafl.lv. Sk. <http://www.petits.lv/index.php?id=12> (09.09.2009.); <http://www.petits.lv/index.php?id=4> (09.09.2009.); <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2995> (09.09.2009.).

²⁹ <http://www.petits.lv/index.php?id=4> (09.09.2009.).

³⁰ Dati no LURSOFT tiešsaistes datu bāzes (30.09.2009.).

³¹ Sk., piem.: <http://www.petits.lv/index.php?id=9> (09.09.2009.); Novicka, 2009.

³² Pēc mediju, tirgus un sociālo pētījumu firmas *TNS Latvia* datiem par 2009. gada vasaru: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2995> (09.09.2009.).

³³ Sal. *TNS Latvia* datus

http://dienasmediji.lv/userfiles/file/Medija%20Kartes/5min_Medija%20Karte_Pavasaris09.pdf (10.09.2009.).

realizācijas (Zagorovska, Šudņevs, 2006, 172). Tātad var runāt par to, ka pamazām veidojas jauna Latvijas krievu identitāte.

Izteiktāk tas notiek nevis Rīgā, kur arī redakcijās ir ievērojami lielāks nepilsoņu īpatsvars, bet gan otrajā lielākajā Latvijas pilsētā Daugavpilī, kur mediju patēriņš liecina par vietējās identitātes nostiprināšanos un stabilu reģionālo identitāti. 77% aptaujāto daugavpiliešu interesējas par notiekošo viņu pilsētā, 67% par Latgali, 59% par Rīgu un pārējo Latviju. Informācija par Krieviju ir mazāk svarīga – to aktīvi meklē 42% aptaujāto. Vajadzība lasīt ziņas par Eiropas Savienību ir samērojama ar Krievijas ziņu aktualitāti. Latgalē vietējo preses izdevumu auditorija ir trīsreiz lielāka nekā nacionāla mēroga dienas laikrakstu auditorija – attiecīgi 84% un 27%. Vidējie Latvijas dati ir 47% un 49%. (Kruks, 2007, 92) Turklāt Daugavpils gadījumā runa ir par to, ka neizvēlas Rīgas laikrakstus tieši krievu valodā, bet gan vietējos.

Taču pievērš uzmanību, ka Daugavpils avīzes *Dinaburg vesti* galvenais redaktors un viens no diviem īpašniekiem Romāns Samarins ir Krievijas pilsonis (Stelcere, 2007, 25; Kruks, 2007, 88), savukārt avīzes *Naša gazeta* izdevējs un vienīgais īpašnieks Oļegs Guščins ir Ukrainas pilsonis (Alksne, 2007, 20; Kruks, 2007, 87).

Rīgā lielākā auditorijas daļa radio klausās krievu valodā. Jāatzīmē, ka krieviski runājošā publika lielā mērā klausās Latvijā producētās radio programmas³⁴, toties skatās galvenokārt Krievijā veidotos televīzijas sarunu raidījumus, kā arī raidījumus, kuri ražoti ārzemēs un tulkti krieviski. Jāpiekrīt, ka iekšzemes radio labāk nekā televīzija apmierina krieviski runājošo intereses un vajadzības. Kā rāda krievvalodīgo radiostaciju popularitāte Rīgā, radio vairāk veido vietējās sabiedrības informācijas vidi, turpretī plaši pieejamās satelīta un kabeļu televīzijas programmas krieviski runājošajiem paver iespējas dzīvot Krievijas informācijas vidē (Brikše, Zelče, 2008, 102).

Savukārt attiecībā uz interneta mediju patēriņu konstatējams, ka mērķa grupā “cita tautība” apmeklētāko interneta resursu TOP 10 pēc nedēļas kopējās auditorijas 2009. gada vasarā Latvijā nebija neviena Krievijas resursa³⁵. Tē gan vēlreiz jāuzsver, ka *TNS Latvia* dati nav reprezentatīvi attiecībā uz krieviski runājošo publiku, jo ietver tikai Latvijas interneta vietnes.

3. Mediju saturs

Pirms aplūkojam Krievijas mediju saturu, ir vērts atcerēties, ka pēc organizācijas *Reportieri bez robežām* datiem 2008. gadā mediju brīvības vērtēšanas indeksā Krievija tika ievietota 141., bet Latvija – 8. vietā (*Press Freedom Index 2008*). Krievijas varas kontrole pār visiem nacionāla (valsts) mēroga televīzijas kanāliem dod iespēju

³⁴ It īpaši tas attiecas uz sabiedrisko raidorganizāciju Latvijas Radio, kuras programma krievu valodā – Latvijas Radio 4 – pēc *TNS Latvia* datiem, valstī kopumā ir klausītākā no Latvijas radiostacijām krievu valodā. Sk., piem.: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2972> (10.09.2009.). Taču arī radio tirgū cenšas izplesties starptautiski operējošā “Krievijas nacionālā” mūzikas radiostacija *Russkoje radio*, kuru, piem., Liepājā retranslē vietējā radiostacija *Radio Liepāja*. Sal. Kaprāns 2008, 100. Par vienu no populārākajām Latvijā strauji kļuvusi radiostacija *Krievijas hīti (Hitly Rossi)*, kuras programmas pamatā ir tieši šī Maskavas privātā *Russkoje radio* raidījumi. Sk. <http://www.rusradio.ru/rusradio/about/> (15.09.2009), <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3001> (15.09.2009.).

³⁵ Sk. <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2996> (10.09.2009.).

pakārtot šo kanālu saturu politiskiem mērķiem. Krievijai ir iespēja stratēģiskās komunikācijas (Neye, 2004) ietvaros vidēji ilgā periodā (trīs līdz piecos gados) uzturēt vienotu notikumu interpretāciju, visos telekanālos paužot līdzīgus viedokļus, kas mērķēti gan iekšējai, gan ārējai auditorijai. Austrumeiropas politikas pētījumu centra 2007. gadā veiktais pētījums (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008) un Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūta 2008. gada pētījums (Muižnieks, 2008) pierāda, ka šāda stratēģiskā komunikācija tiek īstenota³⁶.

No vienas puses, lietojot dažādus mediju kanālus, kā atsevišķi cilvēki, tā sociālās grupas apzinās un pauž savas sociālās kultūras identitātes, kopīgās intereses un vajadzības, radot zināmā mērā virtuālu realitāti, no otras puses – krievu diasporai Baltijas valstīs ir neaizstājama loma Krievijas interešu īstenošanā Baltijas valstīs, atzīst pētnieki arī Krievijā (Simonjan, 2005, 350–351, 424). Acīmredzot abi procesi savā ziņā pārklājas.

Savukārt ziņu sniegšana Krievijas medijos par krievu mazākumtautības stāvokli Baltijas valstīs, kura lielā mērā nav adekvāta, ir galvenokārt adresēta Krievijas iekšējam patēriņam, katrā ziņā tās politiskās elites saliedēšanai (Simonjan, 2005, 413; Simonjan, Kočegarova, 2002, 497; Muižnieks, 2008, 161).

Uzkrītoši, ka ziņu sniegšana gan Latvijas krievvalodīgajos medijos par Krieviju un starptautisko politiku (Brikše, Zelče, 2008, 92), gan Krievijas medijos par Latviju lielākoties atspoguļo Krievijas oficiālo ārpolitisko līniju, fokusējoties uz Krieviju un tās interesēm un traucējot sabiedrības saliedētībai Latvijā (Petrenko, Denisa, 2008, 38–41, 43; Simonjan, Kočegarova, 2002, 492–493)³⁷, un nereti ir pamats to raksturot kā “impēriskas propagandas un padomiskas nostalgijas ražošanu” (Antonevičs, 2009). Jāpiekrīt, ka Rīgas krievu prese ir konsekventa mazākumtautības valodas un kultūras aizstāvībā, taču tai nav perspektīva priekšstata par etnisko attiecību tuvākās nākotnes veidolu (Dribins, 2007, 133)³⁸. Tāpat jāatzīst, ka Krievijas informatīvās akcijas ir visai efektīvas vismaz attiecībā uz Krievijas masu apziņu (Simonjan, Kočegarova, 2002, 502). Tas atbilst oficiālajam uzstādījumiem uzsvērt, ka Krievija piedzīvo “demokrātisku atdzimšanu”, un “veidot efektīvas informācijas kampaņas visur, kur parādās reāli izaicinājumi Krievijas interesēm, atbalstot plašu sabiedrisko konsensu par Krievijas ārpolitisko kursu”, turklāt “ar informācijas platformu tīkla veidošanu ārzemēs, savstarpējās sadarbības loka paplašināšanu ar Krievijas un tautiešu masu medijiem”, “uz privilģētu partnerattiecību pamata ar [Krievijas] valsts vai valsts atbalstu saņemošajiem masu medijiem” (*Informacionnoe obespečenie vnešnej politiki*)³⁹. Jaunajā Krievijas nacionālās drošības stratēģijā izcelts, ka jāattīsta kopīgā

³⁶ Tā Nils Muižnieks atzīst: “The Russian media did systematically manufacture an enemy image of Latvia with regard to some, but not all topics. As expected, the most pronounced negative portrayal concerned Latvia’s treatment of Russian-speakers, Latvia’s approach to history, and Latvia’s accession to NATO.” (Muižnieks 2008, 161) Vienlaikus viņš piebilst, ka pēdējos gados Krievijas mediju interese par Latviju ir samazinājusies.

³⁷ Sīkāku Krievijas mediju tematikas analīzi sk. *Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia* (2008) Rīga: Centre for East European Political Studies, 57–66.

³⁸ Kā liecina augstāk citētie Biznesa augstskolas *Turība* Komunikācijas zinātņu katedrā veiktie pētījumi, tas pats sakāms par Daugavpils krievu avižu saturu, tomēr, ņemot vērā lielāku Latvijas pilsoņu īpatsvaru, zīmīgi, ka kopumā tām nav raksturīgs tik agresīvs stils Krievijas oficiālo uzstādījumu īstenošanā kā Rīgas avīzēm krievu valodā un tās pamatā akceptē Latvijas valsts politiku attiecīgajos jautājumos.

³⁹ Šie uzstādījumi sabalsojas ar turpat minēto “krievu valodas telpas saglabāšanu ārvalstīs, pirmām kārtām, krievu

“humanitārā, informatīvā un telekomunikāciju telpa” NVS valstīs un kaimiņu reģionos (Kasparāns, 2009; *Strategija nacional'noj bezopasnosti Rossijskoj Federacii do 2010 goda*). Krievijas Ārlietu ministrijas Ārpolitikas plānošanas departamenta direktors Aleksandrs Kramarenko norāda, ka “*Russia overcome[s] its national disaster after the disintegration of the Soviet Union*”; “*It is too early to declare an end to Russia's geopolitical mission – as it is equally inappropriate to speak of the “end of history”*”; “*Moscow simply cannot overlook the issues that Beijing can keep silent on, since Russia's vital interests are at stake.*” (Kramarenko, 2009, 74, 80, 82)

Līdz ar to nenākas brīnīties, piem., par tādas mediju produkcijas kā filma *Baltija, kādas “okupācijas” vēsture* oficiālu atbalstu un demonstrēšanu attiecīgajos televīzijas kanālos (Paiders, 2009) un Krievijas ārlietu ministra Sergeja Lavrova oficiālu apsveikumu Rīgas laikraksta *Vesti segodnja* jubilejā: “Visus šos desmit gadus augsti profesionālu žurnālistu kolektīvs (*Vesti segodnja* galvenā redaktora) Aleksandra Bļinova vadībā ir nemitīgi pūlējies Krievijas tautiešu apvienošanas labā, veicot grūto Latvijas krievu un krievvalodīgo iedzīvotāju interešu [un] tiesību aizstāvēšanas darbu.”⁴⁰ Savukārt Krievijas un Gruzijas piecu dienu kara laikā 2008. gada augustā atšķirības starp Latvijas dienas avīzēm latviski – *Diena* un *Neatkarīgā* – un dienas avīzēm krieviski – *Čas* un *Telegraf* – izpaudās ļoti uzskatāmi: “Ar patriotisku patosu *Čas* aizstāv Krievijas intereses, *Telegraf* pieturas pie Maskavas oficiālā viedokļa, savukārt *Diena* aicina uz asu Krievijas darbības nosodījumu, bet Austrumu kaimiņu daudz ieturētāk kritizē *Neatkarīgā*.” (Gorbušina, 2008)

Vienlaikus raksturīgi, ka krievvalodīgajos medijos sevišķi negatīvi tiek vērtēta Rietumu latviešu darbība Latvijas politikā⁴¹. Turklāt jāņem vērā, ka atšķirībā no Rietumu žurnālistikas prakses krievvalodīgajos medijos joprojām netiek nošķirta ziņa no žurnālista vai redakcijas viedokļa⁴², un tas paver lielākas iespējas manipulēt ar publiku⁴³.

Krievijas televīzijas kanālu ziņu raidījumos bieži redzami sižeti par Krievu pareizticīgās baznīcas aktivitātēm, Otrā pasaules kara veterānu godināšanu. Notikumi ASV pārsvarā tiek pasniegti negatīvā gaismā. Krievijas lielāko telekanālu sarunu raidījumos salīdzinoši bieži uzstājas dažādi eksperti, kuri aicina apvienot Krievijas sabiedrību zem antiamerikānisma karoga. Minētais norāda uz mēģinājumiem meklēt sabiedrību vienojošos ideoloģiskos konceptus: pareizticību kā sevišķās krievu civilizācijas stūrakmeni, uzvaru Otrajā pasaules karā kā nācijas varonības simbolu un antiamerikānismu kā vēl vienu vienojošu ideju ārējā pretinieka meklējumos. Ziņu raidījumos Krievijas politiskie vadītāji tiek rādīti kā stingri, dažkārt pat nežēlīgi līderi, līdz ar to tiek paustas simpātijas autoritārām tendencēm.

Šāda situācija nav labvēlīga Latvijas sabiedrības saliedētībai, jo Krievijas televīzijas kanāli kultivē specifiskas vērtības, kuras lielākoties nav pieņemamas pārsvarā uz Rietumu demokrātiju un līdz ar to uz savas neatkarīgās un demokrātiskās valsts

valodas statusa paaugstināšanu”.

⁴⁰ Cit. *Diena* (28.07.2009.), 2.

⁴¹ Sal., piem., Mūrniece, 2004.

⁴² Sk., piem.: Dimants, 2005; Zagorovska, Šudņevs, 2006, 172.

⁴³ Latviešu un krievu (krievvalodīgo) attiecību reprezentācijā Latvijas presē izteikti dominē redakcijas un žurnālistu viedokļi – 45% (Šulmane, Kruks, 2006, 46).

Satversmes tiesisko nepārtrauktību orientētajam sabiedrības vairākumam. Tādējādi Krievijas telekanāli uzskatāmi par vienu no faktoriem, kas apgrūtina Latvijas tautas demokrātiskās valstiskās apziņas jeb kopīgās nacionālās identitātes veidošanās procesu.

Secinājumi

Pateicoties globālajai informācijas telpai un arī visai specifiskajam *Pirmā Baltijas kanāla* statusam ar tā politisko lobiju, Krievijas mediji ir viegli pieejami plašai Latvijas sabiedrības daļai. Atšķirībā no Rietumeiropas Latvijā nepastāv valodas barjera attiecībā uz Krievijas medijiem. Latvijas iedzīvotāju krievu valodas zināšanas joprojām ir salīdzinoši augstas.

Aptauju dati rāda, ka latviski un krieviski runājošās publikas telekanālu izvēle atšķiras. Latvijas krieviski runājošā sabiedrības daļa dod priekšroku Krievijas televīzijas kanāliem, turklāt Krievijas televīziju ziņu raidījumu vēstījumi bauda šīs Latvijas skatītāju daļas salīdzinoši lielu uzticēšanos. It īpaši konfliktsituācijās (kā Krievijas un Gruzijas piecu dienu kara laikā 2008. gada augustā), kad ir skartas Krievijas intereses, krievvalodīgās minoritātes vidū Krievijas mediju vēstījumi bauda lielāku uzticību nekā lielāko Latvijas nacionāla (valsts) mēroga mediju vēstījumi. Tāpat satraucošs ir Krievijas masu kultūras īpatsvars Latvijā. Vērojama izteikta tendence attīstīt Krievijas mediju sadarbības projektus ar mediju uzņēmumiem mūsu valstī un izplatīt Krievijas masu kultūras produkciju.

Krievijas medijos vairāku gadu garumā Latvija tika atspoguļota kā nacismu glorificējoša valsts, kurā tiek pārkāptas Krievijas tautiešu cilvēktiesības. Sākot ar 2007. gadu, Krievijas televīzijas kanāli pievērš mazāk uzmanības Latvijā notiekošajam. Tas skaidrojams ar Krievijas ārpolitikas īstermiņa mērķu epizodiskām izmaiņām (no kaimiņvalstīm Krievija pašlaik pievērš lielāku uzmanību Gruzijai, Ukrainai un Igaunijai).

Krievijas mediji uztur noteiktus stereotipus par valstīm, ar kuru ārpolitiku tā nav vienprātis. Tā kā Krievijas vara tieši un netieši kontrolē savas valsts lielākos televīzijas kanālus, tai ir iespēja stratēģiskās komunikācijas ietvaros vidējā termiņā uzturēt vienotu notikumu interpretāciju, visos telekanālos paužot līdzīgus viedokļus, kas mērķēti gan iekšējai, gan ārējai auditorijai.

Nepietiekamā Latvijas mediju īpašumu caurskatāmība cita vidū uztur iespēju Krievijai izmantot arī Latvijas medijus savu ārpolitikas mērķu sasniegšanai. Ļoti bieži Latvijas krievu valodā iznākošā prese sniedz Krievijas politikai labvēlīgus vērtējumus.

Saturiskā ziņā pastāv vērtību pretstāvēšana starp Latvijas un Krievijas lielākajos medijos paustajiem viedokļiem. To, protams, nevar teikt par visiem Latvijas un Krievijas medijiem, tomēr jāatzīmē, ka abu valstu atšķirīgo ārpolitikas un iekšpolitikas attīstības ceļu izvēles dēļ atšķiras arī medijos paustā attieksme pret notikumiem un procesiem.

Dažādu etnisko grupu atšķirīgo vērtību esamība (skatījums uz vēsturi, demokrātiju u.c.) ir viens no faktoriem, kas traucē panākt sociālo saliedētību un kopnacionālo (pilsoniskās jeb politiskās nācijas) identitāti Latvijā. Lai gan attiecības starp latviešiem, krieviem un krieviski runājošiem nav nonākušas konflikta fāzē, saglabājas trauslums, kuru Krievijas mediji nākotnē var izmantot politisku mērķu sasniegšanai.

No šeit izklāstītā izriet šādas mediju politikas rekomendācijas, tostarp arī mūsu valsts politikai mediju nozarē:

- lai novērstu, ka Latvijas krievvalodīgie iedzīvotāji pārāk viendabīgi patērē Krievijas dominētos medijus un tādējādi nokļūst Krievijas oficiālās politikas ietekmes sfērā, vēlams radīt pozitīvu alternatīvu – atbalstīt Latvijas sabiedrisko raidorganizāciju programmas, kas atbilstu Latvijas krievu identitātes vajadzībām, kā arī alternatīvus mediju piedāvājumus krievu valodā (piem., piesaistot privātas Rietumu investīcijas) un uz mazākumtautībām orientētu un Latvijas demokrātiskās tiesiskās valsts vērtībās balstītu mediju saturu Latvijas kopīgajā – latviešu valodā;
- lai mazinātu slēptu publikas atkarību no Latvijas demokrātiskajai, tiesiskajai valstij svešām interesēm un vienlaikus nodrošinātu mediju piedāvājumu daudzveidību, kas ir izšķiroši svarīga Latvijas demokrātijai, Latvijas mediju likumdošanā ir jāievieš mediju īpašumu caurskatāmības princips līdz pat fizisko personu – patieso labuma guvēju – līmenim, jānosaka speciāli ierobežojumi (vismaz ne vairāk kā 40% no tirgus, tāpat kā Konkurences likumā) mediju koncentrācijai nevis pēc mediju uzņēmumu apgrozījuma, bet aptvertās auditorijas lieluma, kas parāda potenciālo ietekmi uz sabiedrisko domu, kā arī, lai nekropļotu tirgu, jāaizliedz Latvijas medijiem saņemt valstisku (t. i., oficiālu jeb valsts) – vienalga, finansiālu vai citādi komerciālu – atbalstu no ārvalstīm;
- lai mazinātu publikas manipulēšanas iespējas, veicināma kopējas Latvijas žurnālistikas kultūras veidošanās uz Rietumu žurnālistikā pieņemto profesionālo standartu pamata, ieskaitot ziņas un žurnālista / redakcijas viedokļa nošķiršanu.

Protams, ka neitralizēt Krievijas oficiālo propagandu vismaz iekšzemē varētu arī Latvijas valsts iestāžu sekmīgi īstenotas sabiedriskās attiecības.

Raksts tapis, pateicoties Latvijas Zinātnes padomes grantiem Nr. 07.2087 un 09.1133.

Literatūras saraksts

- 1) Alksne, Aiga (2007) *Krievvalodīgo avīžu stratēģija Latvijas mediju tirgū un publiskajā telpā: Studiju darbs*. Biznesa augstskola *Turība*, Sabiedrisko attiecību fakultāte, Komunikācijas zinātņu katedra.
- 2) Antonevičs, Māris (2009) Instinktu modināšana *Latvijas Avīzē* (21.04.2009.), 3.
- 3) Baltijas Sociālo zinātņu institūts (2006) *Integrācijas prakse un perspektīvas*. Rīga.
- 4) Beitika, Ieva (2009) *Nacionālās radio un televīzijas padomes neatkarību ierobežojošo riska faktoru izvērtējums: analīze un ieteikumu izstrāde: Maģistra darbs*. Rīga: Latvijas Universitāte, Sociālo zinātņu fakultāte, Politikas zinātnes nodaļa.
- 5) Bērziņš, Atis (2006) “Iedzīvotāju etniskā sastāva izmaiņu raksturojums” Stratēģiskās analīzes komisija (2006) *Demogrāfiskā attīstība Latvijā 21. gadsimta sākumā: Zinātniski pētnieciskie raksti*, 3 (9). Rīga: Zinātne, 134–146.
- 6) Brikše, Inta; Zelče, Vita (2008) “The Latvian media in the new millenium: Trends in development, content and usage and the emergence of a community of media users” *Informācijas moksli*, No. 47, 87–111.
- 7) Čikule, Evita (2007) *Krievvalodīgo avīžu stratēģija Latvijas mediju tirgū un publiskajā telpā: Studiju darbs*. Biznesa augstskola *Turība*, Sabiedrisko attiecību fakultāte, Komunikācijas zinātņu katedra.

- 8) Dimants, Ainārs (2005) "The Different Mass Media Traditions in Latvia and their Future in the EU" International Council for Central and East European Studies (ICCEES); German Association for East European Studies (DGO); Weltkongress e. V. (org.) (2005) ICCEES VII World Congress "Europe – Our Common Home?": Abstracts (July 25–30, 2005, Berlin, Germany), 97.
- 9) Dimants, Ainārs (2006) "Mediju īpašumu caurskatāmība: pieredze Latvijā un Eiropā" Biznesa augstskola Turība (rik.) (2006) *Īpašums, tā apgrūtinājumi: problēmas, risinājumi, iespējas: 7. starptautiskā zinātniskā konference (Rīga, 2006. gada 2. jūnijs): Rakstu krājums*. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 231–234.
- 10) Dribins, Leo (2007) "Starp konfliktu un kompromisu: Rīgas krievu prese par "krievvalodīgās kopienas" etnopolitisko orientāciju Latvijā" *Latvijas Vēstures Institūta Žurnāls*, Nr. 2, 125–136.
- 11) Gorbušina, Zoja (2008) "Interpretāciju karš" *Politika.lv* (09.09.2008.). http://www.politika.lv/temas/mediju_kritika/16725/ (11.09.2009.).
- 12) "Informacionnoe obespečenie vnešnej politiki" *Obzor vnešnej politiki Rossijskoj Federacii*. http://www.mid.ru/brp_4.nsf/sps/3647DA97748A106BC32572AB002AC4DD (11.09.2009.).
- 13) Jemberga, Sanita (2009) "Uz Maskavu pošas gan Ušakovs, gan Šlesers: Mērs piedalies Rīgas parka atklāšanā, pieminekli gan nedāvinās" *Diena* (28.08.2009.), 4.
- 14) Kaprāns, Mārtiņš (2008) "Liepājas lokālie masu mediji" Reinholde, Iveta (sast.) (2008) *Liepāja kā attīstības ceļvedis*. Rīga: Zinātne, 86–107.
- 15) Kasparāns, Ģirts (2009) "Krievija gatavojas cīņai par resursiem" *Diena* (14.05.2009.), 11.
- 16) Kaun, Anne (2008) *Baltic Russians: Public spheres and mediated identities: From Baltic chain to Baltic disruption?* Paper to be presented at IAMCR International Conference, Stockholm.
- 17) Kramarenko, Alexander (2009) The End of the Cold War and the Acquisition of Meaning: A Glimpse at the International System Transformation. *Russia in Global Affairs*, Vol. 7, No. 1, 72–82.
- 18) Kruks, Sergejs (2007) "Daugavpils masu mediju sistēma" Reinholde, Iveta (sast.) (2007) *Daugavpils kā attīstības ceļvedis*. Rīga: Zinātne, 86–99.
- 19) *Latvijas reklāmas gadagrāmata 2009/10*. Rīga: Latvijas Reklāmas asociācija, 2009.
- 20) Lazdiņa, Sanita (2009) "Valodu dārzs Austrumlatvijā: Pētījumā "Valodu dārzs Austrumlatvijā" par etnisko un valodas piederību aptaujāti 9139 cilvēki" *Latvijas Avīze* (25.05.2009.), 15.
- 21) Lemešonoks, Dainis (2009) "Bokseris brillētēs" *Latvijas Avīze* (16.06.2009.), 4.
- 22) Mihailovs, Sergejs (2009) "Rīga kā Krievijas "politisko kodolieroču" poligons: Pašvaldībās ievēlētie ar PBK saistītie cilvēki nav nejaušība" *Latvijas Avīze* (04.09.2009.), 3.
- 23) Muižnieks, Nils (ed.) (2008) *Manufacturing Enemy Images?: Russian Media Portrayal of Latvia*. Rīga: Academic Press of the University of Latvia.
- 24) Mūrniece, Ināra (2004) "No neiecietības līdz naidam" *Latvijas Avīze* (08.06.2004.), 9.
- 25) Nagla, Ilze; Kehre, Anita (2005) "Latvia" *Media Ownership and Its Impact on Media Independence and Pluralism*. Ljubljana: SEENPM; PEACE Institute, 249–265.
- 26) Noelle-Neumann, Elisabeth (1999) "Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung" Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1999) *Publizistik. Massenkommunikation*. 5. Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch (Fischer Lexikon 12260), 518–571.
- 27) Nye, Joseph (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- 28) Novicka, Anna (2009) "Aristokrāts un komjaunietis: Aleksejs Šeiņins varētu būt lielākais ieguvējs no divu avižu – Čas un Telegraf – apvienošanas" *Diena* (28.05.2008.), 20.
- 29) Orcier, Pascal / Orsje, Paskāls (2005) *La Lettonie en Europe: Atlas de la Lettonie / Latvija Eiropā: Latvijas atlants*. Rīga: Zvaigzne ABC.
- 30) *Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia* (2008) Rīga: Centre for East European Political Studies.
- 31) Paiders, Juris (2009) "Kas visvairāk vieno Latvijas un Krievijas sabiedrību?" *Neatkarīgā Rīta Avīze* (24.04.2009.), 3.
- 32) Petrenko, Dmitrijs; Denisa, Solvita (2008) "The Editorial Policy of Russia's Media and Journalists in Latvia" Muižnieks, Nils (ed.) (2008) *Manufacturing Enemy Images?: Russian Media Portrayal of Latvia*. Rīga: Academic Press of the University of Latvia, 37–43.
- 33) Press Freedom Index 2008. <http://www.rsf.org/en-classement794-2008.html> (20.08.2009.).
- 34) Procevska, Olga (2009) "Notievēšanas kurss: Izdzīvojušajiem uzņēmumiem pēckrīzes posms nāks ar augstu rentabilitāti" *Lietišķā Diena* (02.02.2009.), 11.
- 35) Simonjan, Renal'd (2005) *Rossija i strany Baltii*. Moskva: Academia.

- 36) Simonjan, Renal'd; Kočegarova, Tatjana (2002) "Dva informacionnyh prostranstva" Furman, D. E.; Zadorožnjuk, E. G. (red.-sostav.) (2002) *Strany Baltii i Rossija: obščestva i gosudarstva*. Moskva: Referendum, 479–503.
- 37) Simons, Greg (2008) *Factors Motivating and Determining Censorship in the Russian Media*. Paper to be presented at IAMCR congress "Media and Global Divides", Stockholm.
- 38) Simons, Greg (2007) *Perestroika and Russian Mass Media: 17 Years On*. Paper to be presented at Aleksanteri Institute Annual Conference, Helsinki.
- 39) Stelcere, Elina (2007) *Krievvalodīgo avižu stratēģija Latvijas mediju tīrgū un publiskajā telpā: Studiju darbs*. Biznesa augstskola *Turība*, Sabiedrisko attiecību fakultāte, Komunikācijas zinātņu katedra.
- 40) Strategija nacional'noj bezopasnosti Rossijskoj Federacii do 2010 goda. <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html> (15.09.2009).
- 41) Šulmane, Ilze (2006) "The Russian Language Media in Latvia" Muižnieks, Nils (ed.) (2006) *Latvian-Russian Relations: Domestic and International Dimensions*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 64–73.
- 42) Šulmane, Ilze; Kruks, Sergejs (2006) *Neīecietības izpaušmes un īecietības veicināšana Latvijā: Laikrakstu publikāciju analīze (Diena, Neatkarīgā, Latvijas Avīze, Vakara Ziņas, Telegraf, Čas, Vesti segodnja)*. Rīga: Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās sekretariāts.
- 43) Vihalemm, Peeter (ed.) (2002) *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press.
- 44) Zagorovska, Ksenija; Šudņevs, Pāvels (2006) "Krievu preses fenomens Latvijā" Briķše, Inta (red.) (2006) *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zinātne, 167–175.